

Публикация документа не является официальной. Официально правовые акты публикуются в официальных печатных изданиях в соответствии с действующим законодательством.

ОАО «Елатомский приборный завод»

ул. Янина, д. 25,

рп Елатьма, Касимовский район, Рязанская
область, 391351

ул. Трубежная, д. 16,

г. Рязань, 390000

Исходящий № 596/03 от 16.02.2015

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 15

об административном правонарушении

Резолютивная часть оглашена 11.02.2016

В полном объеме изготовлено 16.02.2016

Великий Новгород

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Новгородское УФАС России) Куриков Илья Андреевич, рассмотрев протокол и материалы дела № 15 от 25.12.2015 об административном правонарушении, возбужденного в отношении Акционерного общества «Елатомский приборный завод» (ИНН 6204001412, место нахождения: 391351, Рязанская область, Касимовский район, рп Елатьма, ул. Янина, д. 25; далее – АО «Елатомский приборный завод», Общество) в связи с обнаружением в его действиях нарушений пункта 3 части 1 статьи 24, части 4 статьи 24, пунктов 2 и 10 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и иных достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП),

УСТАНОВИЛ:

В ходе мониторинга специалистами Новгородское УФАС России рекламы в средствах массовой информации (СМИ) на предмет ее соответствия требованиям законодательства Российской Федерации установлено, что в периодическом печатном издании – газете «Новгородские ведомости» (свидетельство Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Новгородской области ПИ № ТУ 53-00222 от 16 апреля 2014 года) № 11 (4363) от 20.02.2015 на 12 полосе размещен рекламный материал под заголовком «Как вернуть подвижность суставам?».

В указанном рекламном материале содержится информация об определенном товаре – аппарате «АЛМАГ-01», показаниях к его применению, преимуществах его использования, функциональных и качественных характеристиках, способах его приобретения.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – Закон о рекламе) реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно данным Государственного реестра медицинских изделий и организаций (индивидуальных предпринимателей), осуществляющих производство и изготовление медицинских изделий, размещенным на официальном сайте Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения (Росздравнадзор) в сети «Интернет» по адресу: <http://www.roszdravnadzor.ru>, аппарат магнитотерапевтический бегущим полем малогабаритный «АЛМАГ-01» зарегистрирован в качестве медицинского изделия (регистрационный номер ФСР 2007/00136).

Таким образом, в данном случае распространенный на 12 полосе газеты «Новгородские ведомости» № 11 (4363) от 20.02.2015 материал под заголовком «Как вернуть подвижность суставам?» представляет собой рекламу медицинского изделия.

Специальные требования к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины установлены статьей 24 Закона о рекламе.

Так, в соответствии с пунктами 2, 3 части 1 и частью 4 статьи 24 Закона о рекламе реклама медицинских изделий не должна:

- содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования;
- содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования.

Между тем в вышеуказанном рекламной материале сообщается в частности следующее: «Лечебные свойства аппаратов высоко оценили многие известные

люди, в том числе народная артистка РСФСР В.И. Талызина и первая женщина летчик-испытатель М.Л. Попович».

Также данная реклама содержит развернутый положительный отзыв (благодарность) физического лица – Васильевой Н.С. об использовании аппарата «АЛМАГ-01»:

«Я не привыкла отступать перед трудностями. И на работе карьеру сама сделала, и детей без мужа подняла. Что мне какой-то там артрит! Людей послушала, со специалистами посоветовалась и купила АЛМАГ-01. Лечусь дома, перед телевизором: обмотаю сустав и наслаждаюсь фильмом. В общем АЛМАГ-01 – это то, что нужно для моих суставов: комфортно и надежно!».

Из информации, представленной рекламодателем рассматриваемой рекламы и издателем газеты «Новгородские ведомости» – Областным государственным автономным учреждением «Агентство информационных коммуникаций» (далее – ОГАУ «АИК») (исх. № 97 от 18.03.2015) следует, что рекламодателем указанного рекламного материала является АО «Елатомский приборный завод». Договор на распространение рассматриваемой рекламы не заключался. Содержание рекламного материала было согласовано между ОГАУ «АИК» и АО «Елатомский приборный завод» посредством электронной почты.

Плательщиком по счету № 01/00249 от 17.02.2015 за размещение указанного рекламного материала в газете «Новгородские ведомости» также является АО «Елатомский приборный завод» (платежное поручение № 215 от 25.02.2015).

Из письменных возражений АО «Елатомский приборный завод» на протокол № 15 об административной правонарушении (исх. № 4-98 от 02.02.2016) и также ранее представленных письменных пояснений по делу № 15 от 28.04.2015 по признакам законодательства Российской Федерации о рекламе (исх. № 1-179 от 08.05.2015, исх. № 1-198 от 10.06.2015) следует, что, по мнению Общества, в его действиях нарушения требований Закона о рекламе не имеется.

В рекламе отсутствует выражение благодарности Васильевой Н.С. в связи с использованием аппарата «АЛМАГ-01», не сообщается, что Васильева Н.С. благодарит АО «Елатомский приборный завод», его работников за изобретение и производство аппарата, нет указаний на излечение или улучшение состояния здоровья в результате применения аппарата. Однако аппарат устраивает Васильеву Н.С. как комфортное и надежное средство.

Также в рекламе не сообщается и об излечении либо улучшении состояния здоровья в результате применения аппарата «АЛМАГ-01» Талызиной В.И., Попович М.Л. Упомянутые физические лица только приобрели и еще не использовали указанное медицинское изделие, не получили результатов лечения на момент размещения рекламы.

Под сообщением в рекламе о том, что Талызина В.И., Попович М.Л. «высоко оценили лечебные свойства» аппарата следует понимать, что указанная оценка была произведена до использования объекта рекламирования, поскольку сам факт выбора и приобретения ими аппаратов (в частности, Талызина В.И. приобрела «АЛМАГ-01» на одной из выставок продаж в Москве по совету приятельницы) говорит о высокой оценке свойств данного медицинского изделия. Если бы оценка

была низкой Талызина В.И., Попович М.Л. не приобрели бы данный аппарат и не начали бы его использовать.

При этом высокую оценку лечебным свойствам медицинского изделия может дать не только пациент и его лечащий врач, но и, например, аналитик, не применявший прибор, который путем анализа показателей лечения разными способами одного и того же заболевания выявит лучший способ.

Также АО «Елатомский приборный завод» представлены видеозаписи интервью с Талызиной В.И. и Попович М.Л., которые, по мнению Общества, доказывают достоверность и допустимость указания в рекламе сведений о высокой оценке данными лицами лечебных свойств аппарата «АЛМАГ-01».

О месте и времени рассмотрения настоящего дела АО «Елатомский приборный завод» было надлежащим образом уведомлено, на рассмотрение дела представители Общества не явились, ходатайствовали о рассмотрении дела в их отсутствие (вх. № 712 от 10.02.2016 Новгородского УФАС России).

Исследовав материалы дела об административном правонарушении в отношении АО «Елатомский приборный завод», оценив приведенные доводы, уполномоченное должностное лицо, рассматривающее дело, приходит к следующим выводам.

1. В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 4 статьи 24 Закона о рекламе реклама медицинских изделий не должна содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования.

«Благодарность» согласно Толковому словарю русского языка С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой – это чувство признательности к кому-нибудь за оказанное добро, внимание, услугу (Сделать что-нибудь в знак благодарности или в благодарность за что-нибудь).

В рассматриваемой рекламе физическое лицо – Васильева Н.С. выражает свою благодарность, то есть чувство признательности в связи с использованием медицинского изделия, путем рассказа о преимуществах его применения («Лечусь дома, перед телевизором: обмотаю сустав и наслаждаюсь фильмом») и положительных свойствах аппарата («...это то, что нужно для моих суставов: комфортно и надежно!»). При этом упоминается и для лечения какого заболевания Васильева Н.С. использует аппарат «АЛМАГ-01» - артрит.

Использование при выражении благодарности слова «благодарю» и/или производных не может считаться единственным и обязательным условием квалификации рекламы как нарушающей требования пункта 3 части 1 и части 4 статьи 24 Закона о рекламе. Благодарность может быть выражена с использованием любых подходящих слов, словосочетаний и других средств русского языка, которые позволяют отразить положительное и признательное отношение пациента, возникшее в связи с использованием медицинского изделия, предназначенного для лечения определенного заболевания.

Учитывая изложенное, в данном случае в рекламе медицинского изделия имеет место выражение благодарности физического лица в связи с использованием объекта рекламирования, что запрещено вышеуказанными положениями Закона о рекламе, поскольку медицинское изделие, которое подходит или помогает одному

пациенту, может не подойти или помочь другому по целому ряду причин. Более того, оно может быть даже противопоказано данному пациенту.

Так, другим лицам в отличие от Васильевой Н.С. использование аппарата «АЛМАГ-01» может показаться не таким комфортным и удобным и, соответственно, подходящим для лечения, как ей.

Учитывая изложенное, в распространенном на 12 полосе газеты «Новгородские ведомости» № 11 (4363) от 20.02.2015 рекламном материале под заголовком «Как вернуть подвижность суставам?» содержится нарушение пункта 3 части 1 и частью 4 статьи 24 Закона о рекламе, выразившиеся в указании в рекламе медицинского изделия недопустимых сведений (выражение благодарности физическими лицами), направленных на формирование интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке.

2. В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктами 2 и 10 части 3 статьи 5 недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения:

- о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

- о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами.

Как указано выше в рассматриваемой рекламе утверждается следующее: «Лечебные свойства аппаратов высоко оценили многие известные люди, в том числе народная артистка РСФСР В.И. Талызина и первая женщина летчик-испытатель М.Л. Попович».

Из имеющихся в деле материалов (письма АО «Елатомский приборный завод» исх. № 1-179 от 08.05.2015, исх. № 1-198 от 10.06.2015) следует, что указанные лица не использовали рекламируемое медицинское изделие на момент распространения рекламы («Постановка их высокой оценки произведена до использования объекта рекламирования»).

АО «Елатомский приборный завод» считает допустимым использование в рекламе вышеуказанного утверждения, поскольку Талызина В.И., Попович М.Л. приобрели аппарат «АЛМАГ-01», а значит высоко его оценивают.

Однако в рекламе сообщается о том, что указанные физические лица уже успели дать высокую оценку именно лечебным свойствам аппарата.

Согласно пункту 8 статьи 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» лечение – комплекс медицинских вмешательств, выполняемых по назначению медицинского работника, целью которых является устранение или облегчение проявлений заболевания или

заболеваний либо состояний пациента, восстановление или улучшение его здоровья, трудоспособности и качества жизни.

Надлежащим образом оценить лечебные свойства медицинского изделия может только сам пациент и его лечащий врач на основе подтвержденных результатов лечения (устранение или облегчение проявлений заболевания, восстановление или улучшение состояния здоровья, трудоспособности, качества жизни).

Довод АО «Елатомский приборный завод» о том, что лечебные свойства аппарата может оценить и аналитик, не применявший прибор, к делу не относится, поскольку применительно к рассматриваемой рекламе речь идет о лечении конкретного физического лица, а не некой группы пациентов, для оценки воздействия медицинского изделия на которых необходимо проводить специальные исследования и анализ.

На момент распространения рассматриваемой рекламы ни о каких результатах лечения Талызиной В.И., Попович М.Л. и, соответственно, даче оценки лечебным свойствам аппарата, речь не идет.

Не подтверждают обратное и представленные АО «Елатомский приборный завод» видеозаписи интервью с Талызиной В.И. и Попович М.Л.

Так, Талызина В.И. в интервью указывает, что пришла на выставку-продажу изделий АО «Елатомский приборный завод» по совету приятельницы, применявшей аппарат, то есть оценку лечебных свойств медицинского изделия дала не она сама, а ее знакомая. Талызина В.И. только выражает надежду на то, что применение аппарата будет способствовать ее лечению и улучшению состояния ее здоровья и не делает никаких утверждений относительно действительного использования прибора и полученных результатов его применения.

Кроме того, из содержания интервью следует, что с Талызиной В.И. обсуждается не то медицинское изделие, на привлечение внимания к которому направлена рассматриваемая реклама – аппарат «АЛМАГ-01» (в разговоре упоминаются иные медицинские изделия АО «Елатомский приборный завод» – аппарат «АЛМАГ-02» и прибор «Фея»).

Из интервью Попович М.Л., во-первых, следует, что аппарат был ей подарен, а не приобретен (что, между прочим, вступает в противоречие с вышеуказанными письменными объяснениями Общества), во-вторых, как и в случае с Талызиной В.И., речь не идет о полученных результатах лечения при применении медицинского изделия и их оценке. Попович М.Л. лишь выражает признательность АО «Елатомский приборный завод» и его сотрудникам за подарок.

Из вышеизложенного следует, что фактически «высокую оценку лечебных свойств» медицинского изделия дают лица, которые даже еще не испытывали в должной мере на себе действие данного аппарата, а только приобрели его по совету знакомых (причем судя по интервью Талызина В.И. приобрела не «АЛМАГ-01», а «АЛМАГ-02») либо он был им подарен. Такого уточнения реклама не содержит.

Согласно части 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл

информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Рассматриваемая реклама создает у потребителей ложное (на момент распространения рекламы) представление о том, что известные и уважаемые люди в результате применения аппарата «АЛМАГ-01» получили положительные результаты лечения, в связи с чем высоко оценивают его потребительские свойства и одобряют его использование, что противоречит части 1 статьи 5, пунктам 2 и 10 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части несет рекламодатель (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе).

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Таким образом, установленные нарушения Закона о рекламе при распространении вышеуказанной рекламы медицинского изделия содержатся в действиях ее рекламодателя – АО «Елатомский приборный завод». Следовательно, ответственность за указанные нарушения в данном случае несет рекламодатель – АО «Елатомский приборный завод».

В соответствии с частью 5 статьи 14.3 КоАП нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок, влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

По смыслу этой нормы права юридическое лицо как коллективный субъект располагает соответствующими этому статусу возможностями и способно предпринять иные (более весомые) меры, нежели физическое или должностное лицо, в целях соблюдения требований публичного порядка.

Действующее законодательство Российской Федерации, в том числе и Закон о рекламе, является общедоступной, а не закрытой информацией. Поэтому АО «Елатомский приборный завод» имело возможность и должно было изучить действующее законодательство, проявить должное отношение к осуществлению

деятельности по распространению рекламы о продукции Общества, предвидеть и не допустить установленные нарушения законодательства о рекламе.

Однако АО «Елатомский приборный завод» как рекламодатель не проявило должной степени ответственности и осмотрительности, что привело к совершению им административного правонарушения, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 КоАП.

Анализ материалов дела позволяет сделать вывод о том, что у Общества имелась возможность для соблюдения требований Закона о рекламе и недопущения распространения ненадлежащей рекламы. При этом объективных обстоятельств, делавших невозможным выполнение АО «Елатомский приборный завод» требований Закона о рекламе, не установлено.

Место и время совершения административного правонарушения – Великий Новгород, 20 февраля 2015 года.

Обстоятельства, смягчающие административную ответственность, предусмотренные пунктами 4, 7 части 1 статьи 4.2 КоАП – оказание лицом, совершившим административное правонарушение, содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении, в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении; добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор).

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.3 КоАП, не установлено.

В соответствии с частью 3.2 статьи 4.1 КоАП при наличии исключительных обстоятельств, связанных с характером совершенного административного правонарушения и его последствиями, имущественным и финансовым положением привлекаемого к административной ответственности юридического лица, судья, орган, должностное лицо, рассматривающие дела об административных правонарушениях либо жалобы, протесты на постановления и (или) решения по делам об административных правонарушениях, могут назначить наказание в виде административного штрафа в размере менее минимального размера административного штрафа, предусмотренного соответствующей статьей или частью статьи раздела II настоящего Кодекса, в случае, если минимальный размер административного штрафа для юридических лиц составляет не менее ста тысяч рублей.

Учитывая фактические обстоятельства дела, отсутствие доказательств наступления конкретных материальных последствий совершенного правонарушения, наличия смягчающих и отсутствие отягчающих ответственность обстоятельств, предусмотренных статьями 4.2 и 4.3 КоАП, а также тот факт, что сведений о том, что АО «Елатомский приборный завод» ранее привлекалось к административной ответственности в соответствии со статьей 14.3 КоАП в Новгородском УФАС России не имеется, должностное лицо, рассматривающее настоящее дело, приходит к выводу о наличии оснований для применения

положений части 3.2 статьи 4.1 КоАП и возможности назначения наказания в виде административного штрафа в размере менее минимального размера санкции, предусмотренной частью 5 статьи 14.3 КоАП.

Допущенных при производстве по делу об административном правонарушении нарушений процессуальных требований, установленных КоАП, последствием которых явилось необеспечение лицу, в отношении которого возбуждено рассматриваемое дело, предусмотренных КоАП гарантий, не установлено.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведётся производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные КоАП, соблюдены.

Руководствуясь частью 1 статьи 4.5, частью 5 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать в действиях рекламодателя – Акционерного общества «Елатомский приборный завод» (ИНН 6204001412, место нахождения: 391351, Рязанская область, Касимовский район, рп Елатьма, ул. Янина, д. 25) по распространению в периодическим печатном издании – газете «Новгородские ведомости» № 11 (4363) от 20.02.2015 на 12 полосе рекламного материала под заголовком «Как вернуть подвижность суставам?» административное правонарушение, выразившееся в нарушении установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, ответственность за совершение которого предусмотрена частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Наложить на рекламодателя – Акционерное общество «Елатомский приборный завод» административный штраф за совершенное правонарушение в размере 150 000 (ста пятидесяти тысяч) рублей.

3. Сумму штрафа АО «Елатомский приборный завод» надлежит перечислить в бюджет:

ИНН 5321047553

КПП 532101001

Получатель: УФК по Новгородской области (Новгородское УФАС России)

Счет: 40101810900000010001

Банк: Отделение Новгород

БИК: 044959001

Кор. счет: Нет

ОКТМО: 49701000

Код БК: 16111626000016000140

(Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе)

Заместитель руководителя Управления

И.А. Куриков

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, структурного подразделения или территориального органа, иного государственного органа, рассмотревших дело об административном правонарушении, либо уполномоченное лицо коллегиального органа, рассмотревшего дело об административном правонарушении, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в судебном порядке по месту рассмотрения дела в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.